

Таблиця 1 – Перелік товарів, що перевозяться основними видами транспорту

Вид транспорту	Товари, що найчастіше перевозяться
Залізничний	Сільськогосподарська продукція, будівельні матеріали, корисні копалини, автомобілі
Водний	Нафта, зерно, будівельні матеріали, металеві руди, кам'яне вугілля
Автомобільний	Одяг, папір, електроніка, меблі, продукти харчування
Трубопровідний	Нафта, нафтопродукти, природний газ
Повітряний	Швидкопсувні продукти харчування, продукція точного машинобудування високої вартості

Вартість перевезень. Звичайно, кожен покупець хотів би, щоб вартість перевезення складала незначний відсоток від вартості товару. Однак бувають випадки, коли вибору немає і треба платити за доставку вантажу високу ціну. А коли є вибір, ціна буде нижчою. Наприклад, невеликі й середні за обсягом партії вантажів можна доставляти повітрям і сушею приблизно за однаковими цінами.

Безпека перевезення. Крихке й дорогоцінне обладнання краще перевозити повітряним транспортом. Товари, для яких характерний високий ступінь ризику розкрадання (запчастини автомобілів, офісне обладнання, фармацевтичні товари тощо), як правило, доставляються морським транспортом, в основному в контейнерах, хоч це коштує дорожче.

Названі обставини важливо враховувати при виборі виду транспорту. Однак вид транспорту багато в чому залежить від того, що в першу чергу цікавить відправника вантажу. Якщо його цікавить швидкість доставки вантажу, він вибирає між повітряним і автомобільним транспортом. Якщо його мета – мінімальні витрати, робиться вибір між водним і трубопровідним транспортом.

Таким чином, в першу чергу, необхідно проаналізувати критерії вибору виду транспорту, що дозволить ефективно вирішити завдання вибору виду транспорту.

АНАЛІЗ ІСНУЮЧИХ ПРОБЛЕМ ПІД ЧАС ВАНТАЖНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ У МІСТІ

Щербак А.С.

Науковий керівник – Ольхова М.В., канд. техн. наук, доцент

Міська логістика (City Logistics) – один з новітніх напрямів логістики, який активно розвивається за кордоном, але про який ще недостатньо відомо в Україні. У роботі відзначається, що актуальність міської логістики зростає ще більше у зв'язку з проблемами створення

логістичних парків в Україні. Аналіз останніх досліджень та публікацій з даної проблематики показує, що їх явно недостатньо. В основному можна відзначити іншомовні джерела, а також розробки автора.

В останні роки логістичні підходи активно використовуються в різноманітних регіональних програмах, серед яких особливе місце займає міська логістика, як науково-практичний напрямок, який має своїм предметом удосконалення транспортно-логістичних схем і маршрутів перевезення вантажів і пасажирів в умовах великих міст. Проблема міської логістики пов'язана з розвитком малого та середнього бізнесу в цих містах, особливо з його потребами в транспортно-логістичних послугах і тому знайшла відображення в літературі з торговельної та промислової логістики, зокрема в США, Великої Британії, Швеції, Польщі. Однак ця проблема є актуальною і для міст України в зв'язку з бурхливим розвитком малого та середнього підприємництва, зокрема в торгівлі, де питання сучасного логістичного забезпечення поки що не знайшли достатнього усвідомлення, відтак і застосування. Проблема міської логістики пов'язана, в тому числі, з вибором певного варіанту каналу дистрибуції товару. Шведський логістик Г. Тонндорф виділяє вісім видів каналів дистрибуції:

1. Пряма поставка товару від виробника в роздрібну торгівлю (це шлях найпростіший та найшвидший, однак не завжди найекономічніший).

2. Поставка товару через центральний склад виробника, де продукція накопичується та відправляється в роздрібну торгівлю (цей канал називають «класичним варіантом дистрибуції»).

3. Поставка товару через центральний склад виробника і регіональні склади, які розміщуються поблизу споживачів (чим більше ринок і чим далі він знаходиться, тим довшим буде канал дистрибуції).

4. Поставка товару за участю гуртової торгівлі, яка діє як посередник: купує товари у виробника, складає їх та розділяє на окремі партії для своїх виробників.

5. Об'єднання роздрібних торговців переймають на себе роль виробників та гуртовиків та здійснюють дистрибуцію через власний центральний склад.

6. В останній час з'являється тенденція до зменшення значення центрального складу шляхом використання транзитного складу (Cross Docking Centers), де товари не складуються, а лише перекомплектовуються та без втрат часу доставляються в пункти продажу.

7. Гуртовики створюють дрібнооптові склади – магазини типу «Cash & Carry», в яких дрібні клієнти купують та отримують свої товари.

8. Нарешті, частина товарів надходить до споживача не через роздрібну торгівлю, а напряму, шляхом посилкової торгівлі (за каталогами) та методом прямих продаж.

Радикальне вирішення цієї проблеми полягає у створенні бази даних, з якою мали б зв'язок і постачальники, і великі роздрібні магазини. Саме в такий спосіб могли б здійснюватися безпосередні контакти між продавцями та покупцями. Такі експерименти здійснюються нині на основі City Logistics у великих містах США, Європейського союзу, Японії.

СУЧАСНИЙ СТАН ТРАНСПОРТНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ ІНТЕРНЕТ-ТОРГІВЛІ В МЕЖАХ МІСТА

Супрун А.А.

Науковий керівник – Рославцев Д.М., канд. техн. наук, доцент

Операції пов'язанні з доставкою товару мають свою ціну, яка впливає на ціноутворення товарів. Через це багато товарів стають не конкурентоспроможними на ринку. В зв'язку з цим є вельми важливим поняття транспортної складової в ціні товару. Транспортна складова – це закладений в контрактну ціну товару відсоток витрат на його доставку. Відсоткове співвідношення витрат з доставки товару до ціни товару в місці його призначення – величина, приблизно сформувалася на основі міжнародного досвіду.

Інтернет-магазини в Україні мають певні особливості, які відрізняють їх від зарубіжних аналогів. На відміну від США та Європи, де в список провідних онлайн-магазинів часто входять філіали реально існуючих, в Україні найбільшою популярністю користуються повноцінні віртуальні ресурси електронної комерції. Клієнтами інтернет-магазинів є переважно жителі великих міст. На Київ припадає близько 40% всіх покупців. За ним йдуть Донецьк (8%), Одеса (7%), Харків і Дніпропетровськ (по 6%), Львів (5%). Аудиторія всіх інших міст та регіонів представлена скромно і не перевищує 30%. Така ситуація пояснюється тим, що представництва онлайн-магазинів поки що існують лише у великих містах. А доставка по Україні впливає на вартість покупки, що автоматично робить інтернет-шопінг менш привабливим.

У найближчому майбутньому експерти прогнозують процес структуризації ринку – в категоріях побутової техніки і електроніки – з'являться декілька мега-проектів, великих інтернет-супермаркетів, які забезпечать пропозицією масового покупця. В той же час, свого клієнта не втратять і невеликі інтернет-магазини, які спеціалізуються на продажі дефіцитних унікальних товарів, які важко знайти на прилав-